

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilaksanakan di PT DB Praktis Tour & Travel yang berlokasi di Jalan Surabaya – Malang Km 36 bundaran Apollo, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur.

#### **B. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian eksplanatori (penjelasan) yaitu jenis penelitian yang berlandaskan pada teori dan hipotesis untuk digunakan dalam menguji suatu fenomena (Solimun, Fernandes & Nurjannah, 2017:10). Penelitian eksplanatori melakukan studi terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih kemudian mengkaitkan dengan fenomena yang terjadi menggunakan metode survey. Pada penelitian ini dilakukan studi hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepercayaan pada PT DB Praktis Tour & Travel.

#### **C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah gabungan dari beberapa elemen yang berupa orang, objek atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajari atau menjadi objek penelitian (Kuncoro, 2013:118). Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan PT DB Praktis Tour and Travel.

## 2. Teknik Penentuan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang mewakili populasi secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, populasi sangat luas dan tidak terhingga sehingga dilakukan penilaian tertentu terhadap karakteristik sampel yang dianggap sesuai dengan maksud penelitian atau dimaksud dengan teknik *purposive sampling* (Kuncoro, 2013:139). Dimana karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu

- a. Pelanggan yang melakukan pembelian tiket pesawat
- b. Melakukan pembelian lebih dari tiga kali di PT DB Praktis Tour and Travel

Sedangkan penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini karena jumlah populasi tidak diketahui, Berikut rumus Lemeshow (Kuncoro, 2013:140):

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Dengan rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 0.5(1 - 0.5)}{0.1^2}$$

$$n = 96.04 = 96$$

Sebuah penelitian yang termasuk dalam ukuran layak untuk diteliti harus memiliki sampel sejumlah 30-500 responden (Sugiyono, 2012). Maka diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden namun dibulatkan menjadi 100 responden.

#### D. Definisi Operasional dan Teknik Pengukuran Variabel

##### 1. Definisi Operasional

Menurut Kuncoro (2013:171) definisi operasional memperinci aturan pemetaan dan alat di mana variabel diukur dalam kenyataan yang sebelumnya telah didefinisikan secara konsep. Berikut definisi operasional variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini yang dijelaskan pada tabel 3.1.

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi operasional	Definisi Konsep	Dimensi	Indikator
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas layanan adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dimana pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2008)	Layanan yang diberikan PT DB Praktis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diinginkan	a. Bukti Fisik	a. Lingkungan kantor sangat bersih b. Petugas berpenampilan rapi c. Ketersediaan tempat parkir yang luas d. Menyediakan telepon kantor
			b. Kehandalan	a. Penyampaian informasi jelas b. Pelayanan sesuai kebutuhan c. Pelayanan biaya tiket yang sesuai d. Karyawan bersedia mengantarkan tiket pada pelanggan

Variabel	Definisi operasional	Definisi Konsep	Dimensi	Indikator
			c. Daya Tanggap	a. Sigap dalam merespon pelanggan b. Cepat dalam melayani pemesanan tiket pesawat c. Cepat dalam menangani transaksi d. Tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan
			e. Perhatian	a. Memberikan informasi terbaru terkait penerbangan b. Mengutamakan kepentingan pelanggan c. Menjalin komunikasi dengan baik d. Memberikan kemudahan pada pelanggan
			f. Jaminan	a. Pengetahuan reservasi maskapai penerbangan b. Melayani pelanggan dengan sopan c. Memberikan kepastian harga tiket pesawat d. Mempunyai ijin usaha dalam penjualan tiket pesawat Kotler & Keller (2015)
Kepercayaan (M)	Sikap konsumen yang menunjukkan perasaan yakin terhadap suatu produk atau jasa. (Gunawan, 2013)	Sikap pelanggan yang menunjukkan perasaan yakin terhadap PT DB Praktis		a. Menyediakan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan b. Kemampuan dalam menyediakan tiket pesawat c. Resiko pembelian tiket sangat minim d. Perusahaan mempunyai reputasi yang baik (Mayer <i>et al.</i> , (1995) dan Mukherjee & Nath (2003))
Loyalitas (Y)	loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan produk yang disukai secara konsisten di masa mendatang (Oliver, 1999)	Pelanggan yang berkomitmen untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan tiket pesawat yang diinginkan secara konsisten di PT DB Praktis		a. Pembelian ulang secara teratur b. Pembelian diluar tiket pesawat yang ditawarkan c. Rekomendasi tiket pesawat kepada pihak lain d. Tidak terpengaruh dari pesaing. Jill Griffin (2005)

## 2. Teknik Pengukuran Variabel

Variabel variabel yang digunakan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert dengan lima tingkat (Riduwan, 2013:38). Skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden. Skala likert yang digunakan pada penelitian ini dijelaskan pada tabel 3.2. berikut.

**Tabel 3.2 Skala Likert**

Kategori	Skor/nilai
STS (Sangat tidak setuju)	1
TS (Tidak setuju)	2
N (Netral)	3
S (Setuju)	4
SS (Sangat setuju)	5

*Sumber: Riduwan (2013:39)*

Agar data yang diperoleh memiliki tingkat keakurasian dan konsistensi yang tinggi, maka instrument penelitian selanjutnya diperlukan proses evaluasi pengukuran pada tiga hal, yaitu:

### a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana kuesioner dapat mengukur apa yang ingin diukur dan sesuai dengan kondisi sebenarnya (Solimun, dkk., 2017:38). Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan pada instrumen penelitian (kuesioner) yang memiliki skor.

Rumusan yang digunakan adalah rumus korelasi *Pearson Product Moment* sebagaimana berikut (Riduwan & Kuncoro, 2008:62):

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = skor butir

y = skor total butir

n = jumlah sampel

Kriteria pengujian validitas instrumen penelitian adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2014:125):

- 1) Nilai r hitung dibandingkan dengan nilai r tabel, dengan df= n-2 dan taraf signifikansi untuk uji dua arah sebesar 5%
- 2) Instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel
- 3) Instrument penelitian dikatakan tidak valid apabila nilai r hitung < r tabel

b. Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur instrumen dapat dikatakan *reliable* jika jawaban responden terhadap pertanyaan yaitu konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan dan konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan daftar pertanyaan ataupun pernyataan yang merupakan dimensi suatu alat variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Pengukuran pada uji reliabilitas ini dapat menggunakan rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r$  = Reabilitas Instrument

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  = Varian total

Adapun kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai *alpha cronbach*  $> 0,6$  = reliabel
- 2) Apabila nilai *alpha cronbach*  $\leq 0,6$  = tidak reliabel

c. Analisis Angka Indeks

Penelitian ini menggunakan 3 variabel dan 28 indikator dan disebarkan kepada pelanggan PT DB Praktis Tour & Travel. Berdasarkan penelitian yang dilakukan kepada 100 responden, maka dapat diperoleh jawaban atas pernyataan yang diberikan kepada responden dengan kriteria interpretasi yang menggunakan skor 1 sampai dengan 5 dan angka indeks dimulai dari angka 10 sampai dengan 100 dimana dalam distribusi frekuensi jawaban responden menggunakan kriteria tiga kotak (*Three-box Method*) (Ferdinand 2014 : 231). Kriteria interpretasi angka indeks dapat dilihat pada tabel 3.3 sebagai berikut:

Tabel 3.3 Interpretasi Nilai Indeks

No.	Nilai Indeks	Kualitas Pelayanan
1.	10 sampai dengan 40	Rendah
2.	40,01 sampai dengan 70	Sedang
3.	70,01 sampai dengan 100	Tinggi

Sumber: Ferdinand (2014)

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, angka indeks digunakan untuk mendeskripsikan jawaban responden, dimana nilai indeks memberi gambaran deskripsi mengenai karakteristik responden dalam suatu penelitian. Nilai indeks Variabel didapat dari hasil penjumlahan nilai indeks perindikator, dengan rumus sebagai

$$\text{Nilai Indeks Variabel (NIV)} = (\text{Indeks Indikator 1}) + (\text{indeks Indikator 2}).. \\ \dots\dots + (\text{Indeks Indikator ke n}) / n$$

Nilai indeks dari indikator berasal dari perkalian antara skor penilaian responden, dikalikan dengan nilai presentase jumlah responden yang memilih setiap item pernyataan. Penelitian ini menggunakan rentang skor 1 sampai 5, dimana skor 1 menggambarkan “Sangat Tidak Setuju”, dan skor 5 mencerminkan “Sangat Setuju”, maka contoh perhitungan

$$\text{Nilai Indeks Variabel (NII) I1} = \\ (\% \text{frekuensi I}_{1.1} \times \text{skor1}) \dots\dots + (\% \text{frekuensi I}_{1.4} \times \text{skor 5})$$

**Keterangan:**

% frekuensi **I1.1** = Presentase responden yang memilih skor 1 pada indikator 1

% frekuensi **I1.5** = Presentase responden yang memilih skor 5 pada indikator 1.

Skor Jawaban = 1 sampai dengan.



## **E. Jenis Dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif dimana data diukur dalam suatu skala numerik atau angka (Kuncoro, 2013:145)

### **2. Sumber Data**

Sumber data pada penelitian ini adalah sumber data primer dimana sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, tidak melalui media perantara (Indriantoro dan Supomo, 2009:147). Data primer dalam penelitian ini adalah kuisisioner yang diberikan kepada pelanggan PT DB Praktis Tour & Travel.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan survei dengan kuisisioner. Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab (Indriantoro & Supomo, 2009:150). Penyerahan kuisisioner kepada responden dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui *online*.

## **G. Teknik Analisis Data**

### **1. Uji Asumsi Klasik**

Menurut Ghozali (2018) dalam melakukan analisis regresi harus menggunakan uji asumsi klasik untuk memperoleh suatu hasil analisis data yang sesuai dengan syarat pengujian. Maka dari itu

dilakukan uji asumsi klasik, yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji autokorelasi. Penjelasan asumsi dijabarkan berikut ini:

a. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas ini digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Langkah untuk mengujinya yaitu dengan melihat besaran dari nilai *tolerance* dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang menghasilkan nilai *tolerance*  $> 0,10$  maka terjadi multikoloneritas dan VIF  $< 10,00$ , maka kesimpulannya adalah model regresi terbebas dari gejala multikoloneritas (Ghozali, 2018)

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika varians dari residual tetap maka disebut homoskedastisitas, sedangkan untuk varians yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Adapun cara untuk mengetahui dalam pengujian ini dengan menggunakan cara uji glejser (Ghozali, 2018).

c. Uji normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak. Model jalur yang baik adalah nilai residualnya berdistribusi normal. Pengujian normalitas data akan dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai signifikansi residual  $> 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai signifikansi residual  $< 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (Ghozali, 2011). Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Adapun cara untuk mengetahui dalam pengujian ini dengan menggunakan cara uji Durbin – Watson sebagai berikut :

- 1)  $0 < d < d_l$ , berarti tidak ada autokorelasi positif dan keputusannya ditolak.
- 2)  $d_l \leq d \leq d_u$ , berarti tidak ada autokorelasi positif dan keputusannya *no desicison*.

- 3)  $4 - d_l < d_w < 4 - d_l$ , berarti tidak ada autokorelasi negative dan keputusannya ditolak.
- 4)  $4 - d_u \leq d_w \leq 4 - d_l$ , berarti tidak ada autokorelasi negative dan keputusannya *no desicison*.
- 5)  $D_u < d_w < 4 - d_u$ , berarti tidak ada autokorelasi positif atau negative dan keputusannya tidak ditolak/tidak terjadi autokorelasi.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2013:244). Kriteria pengujian uji t dilakukan berdasarkan dua hal, yaitu:

#### 1) Berdasarkan nilai signifikansi

Jika nilai signifikansi variabel  $\leq 0,05$  maka dapat dinyatakan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

#### 2) Berdasarkan t hitung dan t tabel

Jika nilai t hitung  $> t$  tabel maka dapat dinyatakan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Nilai t tabel dalam penelitian ini untuk uji satu arah dan nilai signifikansi sebesar 5%. Untuk menentukan t tabel adalah dengan  $(df = n-2)$ , dimana n adalah jumlah sampel.

b. Uji Sobel

Pengujian sobel dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel mediasi sebagai pengaruh tidak langsung X terhadap Y (Sholihin & Ratmono, 2013:80). Kriteria pengujian mediasi meliputi :

- 1) Apabila koefisien jalur pengaruh tidak langsung ( $X \rightarrow M \rightarrow Y$ ) signifikan dan koefisien jalur pengaruh langsung ( $X \rightarrow Y$ ) juga signifikan, maka M sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*).
- 2) Apabila koefisien jalur pengaruh tidak langsung ( $X \rightarrow M \rightarrow Y$ ) signifikan dan koefisien jalur pengaruh langsung ( $X \rightarrow Y$ ) tidak signifikan, maka M sebagai variabel mediasi penuh (*full mediation*)

Pengujian mediasi dengan metode sobel dilakukan dengan menguji tingkat signifikan M sebagai variabel mediasi dengan menghitung *standart error*  $S_{ab}$ , digunakan rumus sebagai berikut :

$$S_{ab} = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Dimana :

a : Koefisien regresi X-M

b : Koefisien regresi M-Y

$S_a$  : *Standart error* X-Y

$S_b$  : *Standart error* M-Y

Selanjutnya untuk menguji signifikan pengaruh tidak langsung secara parsial ( $z$ ), dihitung dengan rumus sebagai berikut.

$$z = \frac{ab}{S_{ab}}$$

Apabila nilai  $z > 1,96$  (nilai  $z$  mutlak), maka variabel kepercayaan secara signifikan memediasi pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas (Solimun dkk., 2017:92).

### 3. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung variabel eksogen terhadap variabel endogen (Riduwan & Kuncoro, 2008:2). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis jalur untuk mengetahui seberapa besar pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas dan besar pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepercayaan. Langkah-langkah dalam menganalisis dengan menggunakan analisis jalur sebagai berikut (Sarwono & Salim, 2017:219):

- a. Menentukan model jalur dan persamaan structural masing masing jalur

$$M = PMX + \epsilon_1$$

$$Y = PYX + PYM + \epsilon_2$$

Keterangan:

M = Kepercayaan

Y = Loyalitas

X = Kualitas pelayanan

€ = Error

- b. Membentuk koefisien diagram jalur dengan merumuskan pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total.

1) Pengaruh langsung (*direct effect*):

- a) Kualitas pelayanan terhadap kepercayaan ( $X \rightarrow M$ )
- b) Kualitas pelayanan terhadap loyalitas ( $X \rightarrow Y$ )
- c) Kepercayaan terhadap loyalitas ( $M \rightarrow Y$ )

2) Pengaruh tidak langsung (*indirect effect*):

- a) Kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepercayaan ( $X \rightarrow M \rightarrow Y$ )

3) Pengaruh total (*total effect*)

- a) Pengaruh langsung + pengaruh tidak langsung